Escuela de Pastores de Andalucía

Transformación y comercialización de productos lácteos: Queso de pastor

Verónica Cruz Moriana
Francisco de Asís Ruiz Morales
Luis Pablo Ureña Cámara
Angel Luis López Ruiz

Europa invierte en las zonas rurales

IFAPA Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera

Junta de Andalucía
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN Y FORMACIÓN AGRARIA Y PESQUERA
Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible

Escuela de Pastores de Andalucía

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural

1.- Introducción.

Ésta presentación se utiliza en el módulo 8 **"Asociacionismo y Comercialización"** del plan formativo **Escuela de Pastores de Andalucía,** y pretende señalar algunos aspectos a tener en cuenta a la hora de transformar la leche procedente de una ganadería pastoral en queso, y las posibles vías de comercialización directa.

La **transformación de la leche** en queso (Figura 1) viene siendo una opción para muchos pastores que quieren aprovechar el valor añadido que posee su leche y el propio pastoreo en sí (Ruiz et al., 2016).

La elaboración de quesos, es una actividad tradicional, que los ganaderos han venido realizando, y como consecuencia Andalucía cuenta con un importante patrimonio quesero, recogido en una serie de recetas y modos de elaboración tanto con leche de oveja como de cabra.

Además el consumidor, cada vez más concienciado, valora estos modelos de producción (pastoreo-transformación-proximidad) demandando sus productos.

Figura 1. Tabla de queso

2.- Variedades tradicionales.

Andalucía cuenta con una gran variedad de quesos tradicionales de excelente calidad y vinculados al territorio del que proceden. Cada uno de estos quesos está caracterizado por una determinada raza autóctona, la alimentación basada en el pastoreo, así como por el conocimiento del maestro quesero transmitido generación tras generación (Figura 2).

En la actualidad existen 15 variedades andaluzas de queso reconocidas, 5 de quesos de oveja y 10 de quesos de cabra. Muchas de estas variedades no se elaboran comercialmente como recoge la receta tradicional por varios motivos: razas poco productoras de leche para el caso del ovino, pérdida de conocimiento tradicional, y la imposibilidad de utilizar algunos de los requisitos de elaboración por parte de la normativa actual, son algunos de ellos.

Hoy en día, han aparecido en las queserías andaluzas nuevas especialidades queseras que diversifican la producción. Una de estas especialidades consiste en elaborar quesos con tecnologías importadas de otras regiones y que hasta ahora no se utilizaban en Andalucía.

Figura 2. Quesos en cámara de maduración.

2.- Variedades tradicionales

Andalucía, en su **tradición quesera**, cuenta con las siguientes variedades tradicionales de elaboración de queso, tanto de cabra como de oveja. (Figura 3).

Quesos de cabra	Quesos de Oveja
Alhama de Granada	Calahorra
Almería	Montes de San Benito
Alpujarras	Sierra de Grazalema
Aracena	Sierra de María
Cazorla	Valle de los Pedroches
Málaga	
Serranía de Ronda	
Sierra de Cádiz	
Sierra Morena	
Sierra Subbética	

Figura 3. Tabla de quesos tradicionales.

2.- Variedades tradicionales

Algunas de las nuevas especialidades queseras que actualmente encontramos en las queserías andaluzas son las siguientes:

- Quesos de coagulación láctica: muy extendidos en la actualidad en las queserías andaluzas. Los quesos de coagulación láctica suelen ser quesos de pequeño tamaño, de sabor ácido, color blanco y con una textura entre cremosa y yesosa e incluso quebradiza. (Figura 4).

- Postres: La elaboración de postres es otra de las innovaciones queseras andaluzas. En productos como yogures, natillas, requesón, arroz con leche etc., la leche de cabra aporta unas cualidades organolépticas inigualables.

- Otros tipos como mozzarella y queso azul.

Figura 4. Quesos elaborados con coagulación láctica.

3.- Comercialización

Actualmente, las queserías artesanales o de granja tienen al menos tres opciones a la hora de captar la atención del consumidor:

i) Apostar por un producto consolidado en el mercado y maximizar la calidad del mismo para poder competir con las grandes industrias, eso sí, destacando los aspectos que las hacen diferentes.

ii) Innovar con nuevos productos, nuevas presentaciones y un empaquetado mas cuidado (Figura 5).

iii) Buscar mercados nuevos, especialmente de circuito corto.

Figura 5. Innovaciones lácteas.

3.- Comercialización

3.1.- Venta en queserías

A la hora de plantear la venta directa de nuestro queso en la quesería (Figura 6), hay que tener en cuenta algunos criterios:

Volumen de ventas: hay que evaluar las posibilidades de paso de consumidores por nuestra quesería. Si se encuentra en una ubicación con un flujo pequeño de consumidores, probablemente no nos interese contar con ello.

Imagen a dar: el punto de venta será el escaparate de todo el proceso, Tampoco necesario tener en cuenta detalles como: el mobiliario, la decoración, la limpieza, la amabilidad y el perfecto conocimiento del producto y el proceso (de la granja hasta el producto final) de la persona que va a atender a los consumidores.

Las **ventajas** de la venta en la quesería son:

Eliminación de intermediarios.
Pago inmediato del producto
Contacto directo con los clientes

En cuanto a los **inconvenientes** está:

Disponibilidad de otra persona para atender la venta.

Figura 6. Cartel de quesería

3.- Comercialización

3.2.- Tiendas especializadas

La venta directa a comercios y tiendas especializadas (Figura 7) es otra manera de vender los productos dentro de canales cortos de comercialización.

La colaboración con los comerciantes de este tipo de establecimientos debe ser bien reflexionada en términos de precio de venta, restricciones técnicas del comercio, y muy importante, la imagen que da nuestro producto en el establecimiento.

Cada vez más pequeños comerciantes se aprovisionan de productos locales, como puede ser los quesos y lácteos de explotaciones pastorales, con el objeto de diferenciarse de la competencia y explorar el nicho de los productos de calidad, del sabor y del consumo local.

En el caso que se elija este tipo de punto de venta, hay que asegurarse que el vendedor conoce perfectamente la cadena de producción del producto.

Figura 7. Tienda especializada.

3.- Comercialización

3.3.- Venta por internet

Actualmente internet (Figura 8) puede ser una herramienta y medio para la comercialización de nuestros productos, que en muchos casos se ha vuelto indispensable.

La ventaja principal para el consumidor es la de informarse y comprar en cualquier sitio, no importa la hora y sin tener que desplazarse.

Un sitio de internet propio, da la oportunidad promocional y comercial pero hay que evaluar: coherencia con el resto de la empresa, organización y lugar que ocupa en la estrategia comercial.

La web individual puede adherirse a una colectiva para facilitar en muchos casos la necesidad de disponer de una gama de productos disponibles para el consumidor. Importante disponer una red de logística para la distribución posterior.

Figura 8. Ejemplo venta on-line de queso.

3.Comercialización

3.4.- Restauración

La restauración es un sector estratégico en Andalucía, el turismo es la actividad económica más importante de la región. La venta a establecimientos de restauración (Figura 9) puede ser una buena opción para diversificar los canales de venta.

Hay que tener en cuenta:

Adaptar los productos a las demandas de los restauradores: acondicionar el producto a su necesidad, horarios de entrega, continuidad, etc.

Garantizar que las cualidades del producto pueden ser expuestas a los comensales por el personal del establecimiento

Figura 9. Tabla de queso.

4.- Formación en IFAPA

El IFAPA Centro Hinojosa del Duque viene formando y asesorando a los maestros queseros de Andalucía. En el centro se desarrolla el curso de Especialista en Quesería, una formación de 520 horas lectivas repartidas en 13 módulos con un carácter eminentemente práctico. Además el IFAPA organiza jornadas y talleres específicos ligados a la tecnología, comercialización y diversificación quesera y láctea (Figuras 10 y 11).

Figura 10. Jornadas de diversificación de la producción láctea

Figura 11. Curso Especialista en Quesería.

5.- Documentos de interés

Ruiz, F.A.; Navarro, L.; Castel, J.M.; Sayadi, S.; Mena, Y. 2013. Comercialización de quesos tradicionales andaluces. Servifapa (htpp://www.servifapa.es).

Ruiz, F.A.; Fresno, M.R.; Barriga, D.; Haba, E. 2016. El queso artesano ligado a la leche de cabra en España: un sector en continua evolución. Tierras caprinas 16, 44-50.

Figura 12. Cabras en ordeño.

IFAPA Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera

www.ifapa.es
www.servifapa.es

Junta de Andalucía

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN
Y FORMACIÓN AGRARIA Y PESQUERA
Consejería de Agricultura, Ganadería,
Pesca y Desarrollo Sostenible

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural